

Benarkah Dewasa Madya Mempersepsikan Berita Kesehatan di Internet sebagai Berita yang Kredibel?

Cindy Tiara Putri¹, Ignasia Geralda Vania^{*2}, Naomi Marsha Abigail Mamarimbing³,
Whisnu Yudiana⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Psikologi, Universitas Padjadjaran
e-mail: ^{*2}ignasiavana@gmail.com

Received: 10th January 2021/*Received:* 30th June 2021/*Accepted:* 07th July 2021

Abstract. *The increasing use of social media is followed by the rising spread of fake news. This phenomenon often occurs among middle adults, who usually share the news they receive without knowing the credibility of the news. Looking at the news features is one way to judge its credibility. This study aimed to identify the effect of news' features, especially the news platform, and supporting data on the news credibility perception in middle adults. This study used an experimental approach with a factorial design. The participants in this research were 120 middle-aged social media users who were assigned randomly in four conditions, namely news with supporting data via Whatsapp, news without supporting data via Whatsapp, news with supporting data via Kompas website, and news without supporting data via Kompas website. The data were collected using an online survey and were analyzed using ANOVA. This study found that there was no significant effect of supporting data and news platforms on news credibility perception in participants. This means that they tend to perceive the credibility of the news without considering the existence of supporting data or reliable news platforms. Adults need to be more careful in believing the news and consider the important aspects that characterize credible news.*

Keywords: *middle adults, news credibility perception, social media, supporting data.*

Abstrak. Meningkatnya penggunaan media sosial ternyata sejalan dengan meningkatnya penyebaran berita bohong. Fenomena ini kerap terjadi di kalangan usia dewasa madya, dimana kelompok usia tersebut percaya dan menyebarkan berita tanpa mengetahui kebenaran dari berita yang didapat. Salah satu cara untuk mengetahui kredibilitas berita dapat dilihat melalui ciri dari berita tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ciri suatu berita, khususnya *platform* dan data pendukung pada persepsi kredibilitas berita di usia dewasa madya. Penelitian ini menggunakan pendekatan eksperimental, yaitu *factorial design*. Partisipan penelitian ini terdiri dari 120 dewasa madya pengguna media sosial yang kemudian dibagi secara acak ke dalam empat kondisi dalam penelitian, yaitu pemberian berita dengan data pendukung dengan *platform* Whatsapp, berita tanpa data pendukung dengan *platform* Whatsapp, berita dengan data pendukung dengan *platform* situs daring Kompas, dan berita tanpa data pendukung dengan *platform* situs daring Kompas. Data dikumpulkan melalui survei *online* dan dianalisis menggunakan uji ANOVA. Hasil penelitian ini menunjukkan data pendukung dan *platform* berita tidak berpengaruh pada persepsi kredibilitas berita partisipan. Artinya, mereka cenderung mempersepsikan kredibilitas

berita tanpa mempertimbangkan adanya data penunjang maupun *platform* berita yang terpercaya. Masyarakat berusia dewasa madya perlu lebih berhati-hati dalam mempercayai berita dan mempertimbangkan aspek-aspek penting yang menjadi ciri dari berita benar.

Kata kunci: data pendukung, dewasa madya, media sosial, persepsi kredibilitas berita.

Media sosial merupakan platform yang dimiliki oleh hampir setiap pengguna telepon pintar di era digital ini (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Kehadiran media sosial sebagai sarana dalam berkomunikasi memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk terhubung dengan semua orang di seluruh dunia (Sari et al., 2018). Tidak hanya untuk berkomunikasi, media sosial juga merupakan tempat keluar masuknya aliran informasi dan berita yang tersebar dengan begitu cepat (Pepitone, 2010). Meskipun kehadiran media sosial memang mempermudah proses pertukaran informasi, kehadiran media sosial di sisi lain juga diharapkan tetap dapat memberikan informasi yang benar layaknya berita pada media tradisional (koran, radio, televisi) (Westerman et al., 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Vosoughi et al. (2018) menemukan bahwa seiring bertambahnya penggunaan media sosial justru sejalan pula dengan semakin banyaknya penyebaran berita bohong. Fakta ini kemudian menimbulkan pertanyaan terkait kredibilitas informasi yang disebarkan dari media sosial tersebut, sebab Sutton et al. (dalam Westerman et al., 2012) mengatakan bahwa media sosial banyak menyediakan berita-berita yang siap dikonsumsi oleh para pembacanya, namun kredibilitas dari berita tersebut tetap dipertanyakan.

Ketika suatu berita dianggap tidak kredibel oleh para pembaca, maka berita tersebut cenderung dinilai mengandung informasi yang tidak benar atau disebut juga sebagai berita bohong (Ridjt, 2019). Berbicara tentang berita bohong dan penyebarannya yang banyak melalui media sosial, Vosoughi et al. (2018) menyatakan bahwa penyebaran berita bohong atau *fake news* ini merupakan fenomena yang sering dijumpai di internet karena penyebaran berita melalui media daring ini difasilitasi oleh perkembangan teknologi, sehingga penyebaran berita bohong pun menjadi lebih cepat dan mudah melalui platform media sosial.

Di Indonesia sendiri, fenomena penyebaran berita bohong banyak terjadi melalui media sosial WhatsApp. Menurut Ilahi (2018), pengguna WhatsApp di Indonesia pada tahun 2017 telah mencapai 35 juta pengguna, dan aplikasi ini juga merupakan media sosial yang banyak dipakai serta paling lama digunakan sebagai aplikasi berbasis pesan teks. Sehingga, penyebaran berita bohong mudah dan cepat terjadi dengan cara *broadcast* pesan dari satu grup ke grup lainnya. Meskipun penyebaran berita bohong melalui platform WhatsApp sudah terjadi sejak lama, namun ternyata penyebaran berita bohong ini masih kerap kali terjadi dan bahkan telah menarik perhatian Direktorat Tindak Pidana Siber Bareskrim Polri (Halim, 2019). Dalam masa pandemi Covid-19 pada tahun 2020, sejumlah berita bohong mengenai Covid-19 juga terus bertambah. Kementerian Komunikasi dan Informatika telah mendeteksi adanya 1.016 penyebaran isu berita bohong mengenai Covid-19 hingga Agustus 2020 (Halim, 2020). Berita bohong yang dikirim melalui pesan singkat WhatsApp ini cenderung lebih cepat penyebarannya dan lebih sulit terdeteksi daripada media sosial lainnya, sehingga tindakan penangkapan pelaku menjadi lebih sulit untuk dilakukan.

Tidak hanya media sosial, sebenarnya situs-situs daring juga merupakan salah satu platform yang berperan dalam penyebaran berita bohong. Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika, tercatat lebih dari 800.000 situs di Indonesia memuat berita bohong (Purwadi, 2017). Untuk mengatasi hal tersebut, maka pemerintah Indonesia juga turut berperan dalam memblokir situs-situs yang dianggap telah memberitakan berita bohong (Pratama, 2016). Fenomena penyebaran berita bohong yang marak terjadi melalui platform WhatsApp dan situs-situs daring lainnya menjadi menarik untuk dikaji lebih dalam mengingat bahwa fenomena ini masih terus terjadi bahkan hingga sekarang, dan orang-orang yang berada di kelompok usia tua ternyata lebih rentan termakan berita bohong ketimbang mereka yang berada di usia muda (Brashier & Schacter, 2020). Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika, penyebar berita bohong ini di Indonesia kebanyakan berusia 45 tahun ke atas (Reza, 2018). Dengan kata lain, semakin tua usia pengguna media sosial, maka semakin tinggi kecenderungan mereka untuk termakan dan membagikan berita bohong pada orang lain (Brashier & Schacter, 2020; Loos & Nijenhuis, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Loos & Nijenhuis (2020) menemukan bahwa individu yang berusia lebih dari 45 tahun memiliki persentase yang tinggi dalam mengonsumsi berita bohong di internet. Namun, mereka yang berada dalam rentang usia 65 tahun ke atas masih sedikit akses penggunaan media sosial. Oleh sebab itu, karena fokus dalam penelitian ini adalah berita bohong di internet, maka peneliti tertarik untuk meneliti individu dalam rentang usia 45 sampai 65 tahun yang disebut rentan dalam menerima berita bohong serta memiliki akses pada media sosial atau internet. Adapun poin yang ingin dikaji lebih dalam oleh peneliti adalah terkait faktor-faktor seperti peran platform media sosial dan situs-situs daring dalam penyebaran berita terhadap persepsi kredibilitas suatu berita yang dibaca oleh orang tua dalam rentang usia tersebut. Menurut Santrock (2019), usia 45 sampai 65 tahun disebut sebagai kelompok usia dewasa madya secara internasional.

Suatu berita dapat dinyatakan “kredibel” jika memuat sejumlah fakta serta argumentasi yang dapat dibuktikan (Visentin et al., 2019). Fakta dan argumentasi yang mendukung kredibilitas berita dapat disebut sebagai *credible support*. Data pendukung yang kredibel bisa diperoleh dari institusi dan lembaga yang dapat dipercaya dalam representasi dan perhitungan statistiknya (Rich, 2001). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rijdt (2019), persepsi partisipan terhadap kredibilitas berita akan menjadi lebih tinggi jika disertai dengan data pendukung, yang menurut Loosen et al. (2015) dapat berupa data yang berasal dari sumber resmi nasional, serta menyajikan objek visualisasi menarik lainnya berupa grafik ataupun diagram. Hal ini merupakan salah satu upaya media daring dalam meningkatkan persepsi kredibilitas berita untuk meminimalisir dugaan berita bohong padanya.

Persepsi adalah sebuah proses dimana individu mengorganisasi dan menginterpretasi informasi sensorik sehingga dapat memahami makna dari sebuah objek maupun kejadian (Myers, 2009). Dalam mempersepsi suatu stimulus atau informasi sensorik, individu harus menghadapi beberapa proses tahapan mulai dari penerimaan stimulus dari lingkungan (sensasi) hingga tahap menginterpretasi stimulus tersebut (DeWall & Myers, 2015). Jenis konten dan kualitas dari input sensorik yang sebelumnya diterima oleh individu akan berperan dalam menentukan bagaimana

persepsi akhir pada dirinya (Démuth, 2012). Proses inilah yang disebut dengan *bottom-up processing* atau *data-driven*. Pada penelitian ini, data pendukung dan jenis platform berita berfungsi sebagai konten input sensorik dimana pembacanya dapat memperoleh stimulus visual pada berita yang disajikan, dan kemudian mengolah stimulus input tadi di dalam otak dalam proses transduksi, lalu melanjutkannya ke tahap interpretasi stimulus yang disebut dengan *top-down processing* atau *conceptually driven* (Galotti, 2017; Kenyon & Sen, 2015; Myers, 2009).

Dalam proses interpretasi stimulus, terdapat berbagai aspek yang dapat mempengaruhinya, seperti sikap individu, pengalaman, ekspektasi, nilai-nilai, dan sebagainya. Pada hal ini, berita yang disajikan dapat diinterpretasi oleh para pembaca secara berbeda tergantung pada aspek kredibilitas dan kebenaran beritanya. Kredibilitas berita sendiri dapat dinilai melalui platform yang menjadi tempat penyebaran berita tersebut dan dinilai juga berdasarkan ada atau tidak adanya data pendukung berupa data berjenis kuantitatif, yang menurut Daniel (2016) merupakan data angka, persentase, dan lain sebagainya yang secara natural bersifat ilmiah (*scientific*). Sehingga, dalam penulisan berita pun, diperlukan kehadiran data yang bersifat kuantitatif (statistik) tersebut, baik data yang disajikan oleh para ahli (perorangan) ataupun oleh institusi/badan terpercaya yang dapat mempertanggungjawabkan datanya. Hal ini ditujukan guna meningkatkan persepsi kredibilitas dari suatu berita.

Menurut Rijdt (2019), kredibilitas berita juga dapat dinilai melalui platform yang menjadi tempat penyebarannya. Sebab, berita yang dipublikasikan oleh media yang memiliki kedudukan kuat dan terverifikasi administrasi serta faktual, tentu akan dinilai lebih kredibel daripada berita yang dipublikasikan oleh media yang belum terpercaya. Selain itu, pada media tertentu, seperti media sosial, ternyata sudah banyak menyajikan berita berkualitas rendah dan menjadi tempat sarang *fake news*. Berdasarkan penelitian Poler et al. (2010), kehadiran berita cetak seringkali dianggap lebih kredibel ketimbang situs-situs berita daring. Namun, penelitian lain mengungkapkan fakta yang berbeda, menurut Johnson & Kaye (1998), berita daring baik dalam bentuk koran ataupun majalah *online* dianggap sangat kredibel.

Di Indonesia, perubahan kondisi berita tradisional menjadi berita daring sudah terlihat dari banyaknya institusi berita seperti Kompas dan Tempo yang tidak hanya menyediakan versi cetak berita buaatannya, namun mereka juga menyediakan versi daring yang bisa diakses layaknya berlangganan koran tradisional. Mengacu pada kontradiksi di antara penelitian-penelitian tadi dan kondisi perubahan penyebaran berita di Indonesia, didapati bahwa belum ada jawaban pasti terkait bagaimana masyarakat Indonesia mempersepsikan situs berita daring dari segi kredibilitasnya, mengingat bahwa banyak pula fenomena dimana individu terutama mereka yang berusia 45 tahun ke atas, menyebarkan berita bohong tanpa mempertimbangkan isi dan kredibilitas sebuah berita (Reza, 2018).

Berdasarkan pemaparan fenomena dan studi literatur dari penelitian-penelitian terdahulu, maka tujuan dari penelitian ini ialah untuk melihat apakah ada atau tidak ada pengaruh penulisan data pendukung dan platform penyebaran berita terhadap persepsi kredibilitas berita tersebut pada pengguna media sosial usia dewasa madya.

Metode

Partisipan Penelitian

Sebanyak 120 partisipan dengan rentang usia 45 - 65 tahun mengikuti penelitian ini. Partisipan dibagi menjadi 4 kelompok, dimana masing-masing kelompok *treatment* terdiri dari 30 orang partisipan. Sebanyak 64 partisipan berjenis kelamin laki-laki dan 56 lainnya berjenis kelamin perempuan. Pendidikan akhir partisipan pada masing-masing kelompok terdiri dari SMA (n = 5), Diploma (n = 6), S1 (n = 12), S2 (n = 5), dan S3 (n = 2).

Instrumen Penelitian

Alat ukur dalam penelitian ini berbentuk kuesioner daring melalui *Survey Monkey* dimana 10 cuplikan berita benar bertema Kesehatan disajikan. Berita-berita yang diperoleh kemudian disunting menjadi dua jenis, yaitu berita dengan data pendukung dan tanpa data pendukung. Potongan-potongan berita tersebut didesain sehingga terlihat seperti berita yang dikirim melalui pesan Whatsapp maupun berita yang dipublikasi dalam situs Kompas.id.

Berita yang digunakan dalam alat ukur ini diperoleh dari Kompas.id, yaitu media digital resmi dari koran Harian Kompas, sehingga berita yang diterbitkan dalam koran Harian Kompas juga merupakan bagian dari situs Kompas.id. Oleh karena itu, kebenaran informasi dari berita-berita yang dipakai dapat dipastikan kebenarannya karena Kompas terus menjaga nilai-nilai jurnalisme dengan memperhatikan akurasi serta kebenaran informasi dalam berita (Haq & Fadilah, 2019). Selain itu, Kompas juga telah terverifikasi administrasi dan dinilai faktual oleh Dewan Pers (2019).

Untuk mengukur persepsi kredibilitas partisipan terhadap setiap berita tersebut, partisipan diminta untuk menjawab 6 butir pertanyaan yang mengacu pada dimensi *credibility* dalam *Fake News Perception Scale* oleh Rijdt (2019). Menurut Bhandari (2018) dalam Rijdt (2019) persepsi kredibilitas dapat diukur melalui akurasi dan objektivitas dari sebuah berita. Adapun item yang terdapat dalam alat ukur tersebut berjumlah 7 item pertanyaan yang di antaranya meliputi: (1) Menurut saya, berita dalam artikel tersebut subjektif, (2) Menurut saya, berita dalam artikel tersebut akurat, dan (3) Menurut saya, berita dalam artikel tersebut realistis. Jawaban partisipan diberikan melalui skala *Likert* dalam rentang 1 sampai 5 mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Semakin tinggi jumlah skor yang diperoleh partisipan, maka semakin tinggi pula persepsi kredibilitas partisipan terhadap berita tersebut. Berdasarkan uji coba yang dilakukan pada 50 partisipan, alat ukur ini memiliki reliabilitas yang baik dengan nilai Cronbach Alpha sebesar 0,842 dimana berdasarkan kriteria dalam Ursachi et al. (2015) maka alat ukur *Fake News Perception Scale* dapat dikatakan reliabel.

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian *factorial design*, yaitu terdapat dua atau lebih variabel bebas yang diteliti untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas serta *interaction effect* pada variabel terikatnya (Christensen, 2007). Untuk mengidentifikasi pengaruh penulisan data pendukung dan platform penyebaran berita terhadap persepsi kredibilitas berita, data pendukung sebagai variabel bebas akan dimanipulasi ke dalam *present versus absence variation*. Sedangkan, pengaruh platform penyebaran berita terhadap persepsi kredibilitas berita akan dimanipulasi berdasarkan *types of variable*, yaitu media sosial Whatsapp dan situs berita Kompas. Oleh karena itu,

ada empat kondisi *treatment* yang akan diteliti, yaitu: (1) Whatsapp dengan data pendukung, (2) Whatsapp tanpa data pendukung, (3) Kompas dengan data pendukung, dan (4) Kompas tanpa data pendukung. Untuk mengukur persepsi kredibilitas berita, partisipan akan diberikan cuplikan berita bertema kesehatan sesuai *treatment* masing-masing. Kemudian, partisipan diminta untuk mengisi kuesioner sebagai bentuk *posttest*. Selanjutnya, skor *posttest* partisipan dibandingkan untuk melihat apakah terdapat perbedaan rata-rata antara masing-masing kondisi.

Prosedur Penelitian

Peneliti melakukan pendataan awal terlebih dahulu untuk menyaring partisipan yang bersedia menjadi subjek penelitian serta memperoleh data pendidikan terakhir partisipan. Dari data awal tersebut, peneliti melakukan *precision control matching* pada partisipan agar pengelompokan lebih setara pada variabel yang ditentukan (Christensen, 2007), yaitu pendidikan akhir. Selanjutnya, partisipan yang telah dipasang-pasangkan dibagi secara acak ke dalam empat kelompok *treatment* yang berbeda, sehingga masing-masing kelompok terdiri dari variasi pendidikan terakhir yang sama atau setara.

Setelah membagi partisipan ke dalam kelompok *treatment*, peneliti mengirimkan pesan berisi tautan pengisian kuesioner *Survey Monkey*, serta video panduan pengerjaannya melalui Whatsapp pada partisipan. Kemudian, partisipan diminta untuk mengisi kuesioner tersebut. Ketika mengisi kuesioner, partisipan diberikan 10 cuplikan berita yang berbeda-beda berdasarkan kondisi *treatment* yang diperoleh. Cuplikan berita ditampilkan satu demi satu. Setiap membaca satu berita, partisipan diminta untuk menjawab 6 butir pertanyaan dalam *Fake News Perception Scale*. Setiap pertanyaan dijawab menggunakan skala *Likert* 1 sampai 5 mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Melalui fitur dalam *Survey Monkey*, peneliti menonaktifkan tombol "Sebelumnya", sehingga partisipan tidak bisa melihat kembali isi berita yang telah dibaca dan menjawab pertanyaan berdasarkan persepsinya, bukan dari pesan yang tersurat dalam berita.

Analisis Data

Uji statistik digunakan untuk mengetahui pengaruh dari data pendukung dan platform penyebaran berita. Melalui uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dan uji homogenitas Levene, data hasil eksperimen terbukti berdistribusi normal dan homogen. Maka dari itu, kedua asumsi tersebut memenuhi syarat untuk menggunakan analisis statistik *analysis of variance* (ANOVA), yaitu uji statistika yang digunakan untuk mendeteksi perbedaan rata-rata dalam kelompok ketika terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas (Sawyer, 2009).

Hasil

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa *mean* dari skor kelompok *treatment* berita Whatsapp dengan data pendukung (SD = 31.96) adalah 205.07, kelompok berita Whatsapp tanpa data pendukung (SD = 33.183) adalah 195.80, kelompok berita situs Kompas dengan data pendukung (SD = 23.10) adalah 208.40, dan kelompok berita situs Kompas tanpa data pendukung (SD = 27.88) adalah 197.33.

Tabel 1.
Statistik Deskriptif

Platform	Data	Mean	Std. Deviation	N
Whatsapp	Data	205.07	31.960	30
	Non data	195.80	33.183	30
	Total	200.43	32.636	60
Web Kompas	Data	208.40	23.105	30
	Non data	197.33	27.882	30
	Total	202.87	25.993	60
Total	Data	206.73	27.700	60
	Non data	196.57	30.396	60
	Total	201.65	29.403	120

Uji normalitas dilakukan menggunakan software SPSS dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Pada kondisi menggunakan platform WhatsApp dan berita yang disajikan mengandung data pendukung, didapati hasil bahwa normalitas data P-value = 0.200, dan P-value > 0.05, sehingga kesimpulannya data berdistribusi normal. Sedangkan, pada

kondisi menggunakan platform WhatsApp dan berita yang disajikan tidak mengandung data pendukung, didapati bahwa normalitas data $P\text{-value} = 0.081$, dan $P\text{-value} > 0.05$, sehingga kesimpulannya data berdistribusi normal. Pada kondisi yang ketiga, yaitu penggunaan platform berupa situs berita daring dengan tampilan layaknya *e-newspaper* Kompas dan berita yang disajikan mengandung data pendukung, didapati hasil uji normalitasnya bahwa normalitas data $P\text{-value} = 0.200$, dan $P\text{-value} > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa datanya berdistribusi normal. Demikian halnya dengan kondisi yang menggunakan platform berupa situs berita daring dengan tampilan layaknya *e-newspaper* Kompas dan berita yang disajikan tidak mengandung data pendukung, hasilnya didapati bahwa normalitas data $P\text{-value} = 0.200$, dan $P\text{-value} > 0.05$, sehingga data pada kondisi ini juga berdistribusi normal. Kemudian, berdasarkan uji Homogenitas menggunakan uji Levene, mengindikasikan adanya kesamaan variansi-variansi ($F = 0.708$, $p = 0.549$) dalam keempat kondisi penelitian ini. Oleh karena itu, kedua asumsi ini telah memenuhi persyaratan untuk melakukan uji ANOVA.

Tabel 2.
Statistik Inferensial

Source	df	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	3	1.282	.284	.032
Intercept	1	5684.094	.000	.980
Platform	1	.207	.650	.002
Data	1	3.612	.060	.030
Platform * Data	1	.028	.867	.000
Error	116			
Total	120			
Corrected Total	119			

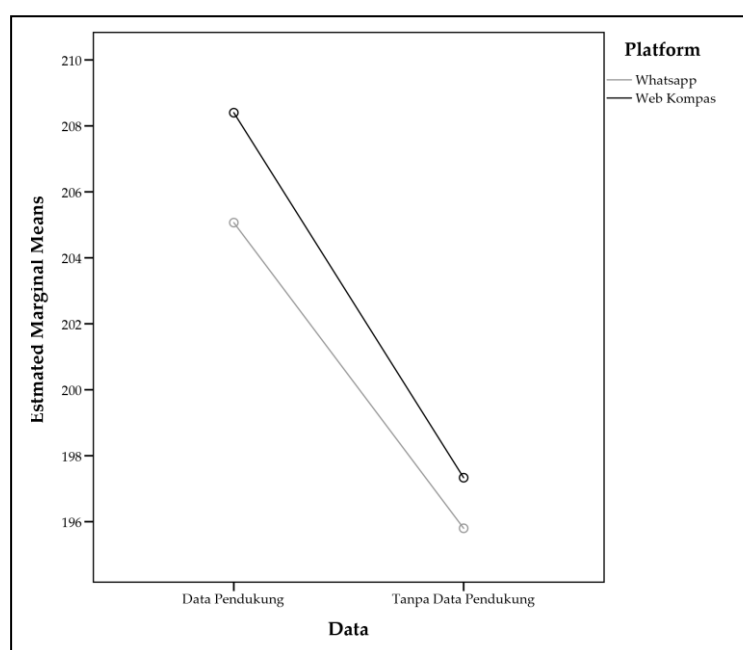
Tabel 2 menunjukkan keterkaitan faktor platform penyebaran berita dengan faktor data pendukung yang mempengaruhi skor persepsi kredibilitas berita. Uji ANOVA dua arah dilakukan untuk melihat pengaruh dari platform penyebaran berita terhadap persepsi kredibilitas berita pada dewasa madya. Tidak terdapat pengaruh signifikan platform penyebaran berita terhadap persepsi kredibilitas berita pada dewasa madya dengan $p < .05$ [$F(1, 120) = .207$, $p = .650$] dan $\eta^2 = .002$. Kemudian, tidak terdapat

pengaruh signifikan data pendukung terhadap persepsi kredibilitas berita pada dewasa madya dengan $p < .05$ [$F(1, 120) = 3.612$, $p = .60$] dan $\eta^2 = .030$.

Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa tidak terdapat interaksi signifikan antara platform penyebaran berita dan data pendukung pada persepsi kredibilitas berita pada dewasa madya dengan $p < .05$ [$F(1, 120) = .028$, $p = .867$]. Artinya, perubahan persepsi kredibilitas berita yang disebabkan oleh platform Web Kompas tidak dipengaruhi oleh platform Whatsapp. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1.

Interaction Effect



Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian, persepsi kredibilitas berita pada orang tua di usia dewasa madya tidak terpengaruh baik oleh adanya data pendukung maupun jenis platform penyebaran berita. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Brashier dan Schacter (2020) dan Loos & Nijenhuis (2020) yang menyatakan bahwa orang tua cenderung menerima informasi tanpa mempertimbangkan hal-hal yang menjadi ciri berita benar. Pertama, yaitu adanya data pendukung berupa sumber yang kredibel (resmi), angka

atau persentase, serta penulis atau ahli yang bertanggung jawab pada informasi dalam berita itu sendiri (Warnick, 2004). Kedua, adanya publikasi berita oleh media yang sudah memiliki kedudukan yang kuat (Rijdt, 2019). Penelitian ini juga mendukung pernyataan yang dimuat dalam artikel situs Kementerian Komunikasi dan Informatika RI yang menjelaskan kelompok usia orang tua yang tidak mempertimbangkan kebenaran dari sebuah berita dan menerimanya begitu saja (Purwadi, 2017).

Menurut Brashier dan Schacter (2020), mudahnya orang tua dalam menerima sebuah berita tanpa adanya pertimbangan lebih terkait kredibilitasnya disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu penurunan fungsi kognitif, perubahan sosial, serta kurangnya literasi digital. Fungsi kognitif terutama *abstract reasoning* dan *episodic memory* terus menurun secara stabil seiring dengan bertambahnya usia. Mereka cenderung mempertahankan apa yang mereka ketahui dan menolak apa yang kontradiktif dengan pengetahuan yang dimiliki. Kemudian, pada perubahan sosial, Wrzus et al. (2013) menyatakan bahwa berkurangnya jaringan sosial menyebabkan munculnya *misplaced trust*. Pada hal ini, melalui jaringan pertemanan media sosial yang lebih sedikit, maka individu dapat mudah mempercayai dan menerima berita yang diperoleh dari sekitarnya. Sebagai pendatang baru dalam dunia internet, kelompok usia lebih tua cenderung memiliki pengalaman yang lebih sedikit terkait berita bohong. Oleh karena itu, kurangnya literasi digital ini menyebabkan orang tua lebih mudah tertipu secara daring dibanding pada berita tradisional (Brashier & Schacter, 2020).

Dalam penelitian ini, sebagaimana yang telah dipaparkan pada bagian hasil penelitian, didapati bahwa *effect size*-nya bernilai sangat kecil, sehingga kehadiran data pendukung, platform berita, dan kombinasi keduanya tidak menunjukkan pengaruh secara signifikan terhadap persepsi kredibilitas berita pada kelompok populasi berusia dewasa madya. Hasil ini berbeda dengan temuan penelitian Rijdt (2019) yang melibatkan 273 partisipan di Belanda. Pada penelitian Rijdt (2019) dengan karakteristik partisipan berusia rata-rata 29 tahun dan melibatkan banyaknya jumlah partisipan yang berpendidikan tinggi (S2 dan S3), maka diperoleh hasil bahwa penilaian kredibilitas suatu berita merupakan konsep penting yang dapat menjelaskan tentang persepsi kebohongan berita. Sehingga, penulisan berita yang mengandung data pendukung akan

dinilai lebih kredibel dan dinilai rendah dari segi persepsi kebohongan beritanya. Akan tetapi, pada penelitian yang melibatkan 120 partisipan dari Indonesia ini, ditemukan bahwa kehadiran data pendukung tidak berpengaruh signifikan atas persepsi kredibilitas berita seperti penelitian Rijdt. Hal ini bisa disebabkan oleh adanya perbedaan karakteristik partisipan pada kedua penelitian ini dari segi usia dan tingkat pendidikannya. Penelitian Rijdt (2019) melibatkan partisipan dengan rata-rata usia yang tergolong muda dibandingkan partisipan pada penelitian ini, sehingga, mereka adalah individu yang belum mengalami penurunan kemampuan kognitif dan mampu mempersepsikan kredibilitas berita dengan baik. Tidak hanya itu, penelitian Rijdt (2019) juga memiliki jumlah partisipan berpendidikan tinggi yang lebih banyak ketimbang partisipan yang berpendidikan rendah, dan kehadiran partisipan dengan pendidikan tinggi ini berkorelasi dengan kemampuan mempersepsikan kebohongan berita. Dengan demikian, kurang banyaknya partisipan dengan pendidikan akhir tinggi seperti S2 dan S3 dalam penelitian ini mungkin menjadi salah satu potensi yang menyebabkan perbedaan hasil dari kedua penelitian.

Pendidikan yang rendah berkaitan dengan rendahnya tingkat literasi, dan hal ini didukung oleh studi yang dilakukan Susilo et al. (2020) yang menyatakan bahwa diperlukan pendidikan literasi digital untuk menangani fenomena hoaks di Indonesia. Menurutnya, tanpa kemampuan literasi digital yang memadai, para pembaca berita secara daring akan sangat mudah percaya dan menyebarkan berita bohong (Susilo et al., 2020). Selain itu, studi yang dilakukan Fitriarti (2019) menemukan bahwa orang tua tergolong dalam digital migran, dan masih banyak orang Indonesia yang tidak memiliki literasi kesehatan serta literasi digital yang baik untuk berpikir kritis atas informasi yang mereka dapatkan melalui media daring. Sehingga, mereka rentan percaya atas berita bohong berkaitan dengan berita kesehatan. Bagi orang-orang yang berada di kalangan dewasa madya, sesuai dengan penelitian Loos & Nijenhuis (2020), para orang tua di usia ini telah mengalami penurunan kemampuan kognitif yang menjadikan mereka lebih rentan mempercayai berita bohong.

Sejauh ini, peneliti belum menemukan penelitian lain yang secara spesifik meneliti kedua platform sebagai variabel dalam penelitian ini. Namun, berdasarkan

penelitian Poler et al. (2010), perbedaan persepsi kredibilitas antara media berita tradisional dan situs berita, dimana media berita platform tradisional dipersepsikan lebih kredibel daripada platform situs. Selain itu, berdasarkan penelitian Bhandari (2018), ditemukan bahwa ciri dari platform penyebaran berita (seperti blog dan nama koran tradisional) dapat mempengaruhi persepsi kredibilitas berita. Partisipan menyatakan bahwa konten yang terdapat di platform berita tradisional dianggap lebih kredibel daripada konten yang terdapat di blog.

Rendahnya *effect size* pada penelitian ini pada akhirnya menunjukkan bahwa kehadiran data pendukung, platform berita, dan kombinasi keduanya dapat diabaikan dan tidak benar-benar memberi tahu kehadiran suatu *treatment* pada penelitian ini lebih baik daripada *treatment* yang lainnya dalam hal pengaruh atas persepsi kredibilitas berita. Namun, temuan penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang berusia dewasa madya, tidak mempersepsikan sumber platform berita dan kehadiran data pendukung sebagai ciri berita yang kredibel, sehingga, terlepas dari mana asal sumber berita kesehatan yang mereka akses ataupun dilengkapi data pendukung statistik maupun tidak, masyarakat Indonesia berusia dewasa madya ini tetap mungkin menganggap berita tersebut kredibel, yang pada akhirnya berkontribusi pada tingginya konsumsi dan penyebaran berita bohong.

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling* yang digunakan merupakan *non-probability sampling*, sehingga hasil dari penelitian ini tidak mampu menggeneralisasi pada populasi yang ditujukan, yaitu pengguna Whatsapp usia dewasa madya di Indonesia. Kemudian, penelitian ini dilakukan secara daring, sehingga terdapat beberapa *extraneous variable* yang sulit untuk dikontrol, seperti perbedaan gawai yang digunakan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, waktu pengerjaan yang berbeda-beda. Selain itu, berita yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini menggunakan berita benar yang pernah dipublikasi dalam koran Kompas. Sehingga, familiaritas serta pengetahuan partisipan terhadap berita tersebut tidak terkontrol.

Kesimpulan

Berdasarkan data penelitian serta diskusi yang telah dipaparkan, penelitian ini menemukan bahwa kehadiran data pendukung dan jenis platform yang digunakan dalam memperoleh berita tidak berpengaruh pada persepsi kredibilitas berita dewasa madya di Indonesia. Adanya penurunan fungsi kognitif, perubahan sosial, serta kurangnya literasi digital menjadi faktor-faktor yang kemudian berpotensi sebagai penyebab dari fenomena tersebut. Selain itu, ciri dari platform penyebaran berita turut berperan dalam mempengaruhi persepsi kredibilitas berita.

Saran

Adapun saran praktis yang dapat peneliti berikan ialah berkaitan dengan masukan kepada individu berusia dewasa madya di Indonesia agar lebih berhati-hati dalam mempercayai berita yang tersebar dengan mempertimbangkan aspek-aspek penting yang menjadi ciri dari berita benar. Untuk penelitian selanjutnya, terdapat beberapa saran yang dapat digunakan, yaitu menggunakan teknik *probability sampling* dalam memperoleh sampel partisipan agar hasilnya dapat digeneralisasi ke populasi. Kemudian, subjek penelitian juga dapat diambil dari tahap perkembangan yang berbeda sehingga dapat dibandingkan persepsi kredibilitas berita antara satu tahap perkembangan dengan tahap perkembangan yang lainnya. Penelitian selanjutnya sebaiknya dilaksanakan secara tatap muka, sehingga setiap partisipan dapat dipastikan dalam kondisi yang sama saat penelitian dilaksanakan. Lalu, berita yang dipilih untuk alat ukur sebaiknya berita dengan tema yang tidak umum, sehingga *extraneous variable* berupa familiaritas partisipan akan berita dapat dihindari.

Daftar Pustaka

- Bhandari, M. (2018). Social media cues and news site name: What do they mean for online news perception? *Newspaper Research Journal*, 39(2), 169–179. <https://doi.org/10.1177/0739532918775699>
- Brashier, N. M., & Schacter, D. L. (2020). Aging in an era of fake news. *Current Directions in Psychological Science*, 29(3), 316–323. <https://doi.org/10.1177/0963721420915872>
- Christensen, L. B. (2007). *Experimental methodology* (10th ed.). Boston (Mass): Pearson.

- Daniel, E. (2016). The usefulness of qualitative and quantitative approaches and methods in researching problem-solving ability in science education curriculum. *Journal of Education and Practice*, 7, 91–100.
- Démuth, A. (2012). Perception theories. In *Applications of Case Study Research* (Issue 4). Edícia kognitívne štúdia.
- DeWall, C. N., & Myers, D. G. (2015). *Psychology in Modules* (11th ed.). New York: Worth Publishers, A Macmillan Learning.
- Dewan Pers. (2019). *Data Perusahaan Pers*. <https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>
- Fitriarti, E. A. (2019). Urgensi literasi digital dalam menangkal hoax informasi kesehatan di era digital. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 4(2), 234–246. E-ISSN: 2549-693X
- Galotti, K. M. (2017). *Cognitive psychology in and out of the laboratory*. Sage Publications.
- Halim, D. (2019, Juni 15). Tren penyebaran hoaks mulai beralih ke grup WhatsApp, polisi lakukan patroli siber. *Kompas.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2019/06/15/09285391/tren-penyebaran-hoaks-mulai-beralih-ke-grup-whatsapp-polisi-lakukan-patroli?page=all>
- Halim, D. (2020, September, 5). 6 bulan pandemi covid-19: Hoaks dan teori konspirasi yang memperparah penanganan. *Kompas.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2020/09/05/09090921/6-bulan-pandemi-covid-19-hoaks-dan-teori-konspirasi-yang-memperparah?page=all>
- Haq, A. D., & Fadilah, E. (2019). Transformasi harian kompas menjadi portal berita digital subscription Kompas.Id. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(2), 190–213. <https://doi.org/10.24198/jkj.v1i2.21339>
- Ilahi, H. N. (2019). Women and hoax news processing on WhatsApp. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 22(2), 98. <https://doi.org/10.22146/jsp.31865>
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (1998). Cruising is believing?: Comparing Internet and traditional sources on media credibility measures. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(2), 325–340. <https://doi.org/10.1177/107769909807500208>
- Kenyon, G. N., & Sen, K. C. (2015). The perception process. In *the Perception of Quality* (pp. 41–50). Springer London. https://doi.org/10.1007/978-1-4471-6627-6_5
- Loos, E., & Nijenhuis, J. (2020). Consuming fake news: A matter of age? The perception of political fake news stories in Facebook ads. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 69–88). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-50232-4_6
- Loosen, W., Reimer, J., & Schmidt, F. (2015). When data become news, a content analysis of data journalism pieces. *The Future of Journalism: Risks, Threats and Opportunities*, September, 1–22.

- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Myers, D. G. (2009). *Psychology in modules* (9th ed.). New York: Worth Publishers.
- Poler, M. K., Štular, K., & Erjavec, K. (2010). Credibility of traditional vs. online news media: A historical change in journalists' perceptions? *Medijska Istraživanja : Znanstveno-Stručni Časopis Za Novinarstvo i Medije*, 16(1), 113–130.
- Pratama, A. B. (2016, Desember 29). Ada 800 ribu situs penyebar hoax di Indonesia. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161229170130-185-182956/ada-800-ribu-situs-penyebar-hoax-di-indonesia>
- Purwadi, D. (2017, Desember 12). Ada 800.000 situs penyebar hoax di Indonesia. *Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*. https://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan_media
- Reza. (2018, November 16). Kominfo: Penyebar hoaks berkisar usia 45 ke atas. *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/news/read/3694098/kominfo-penyebar-hoaks-berkisar-usia-45-ke-atas>
- Rich, A. (2001). The politics of expertise in congress and the news media. *Social Science Quarterly*, 82, 583–601. <https://doi.org/10.1111/0038-4941.00044>
- Rijdt, J. (2019). *"Fake it till you make it": An experiment of fake news perception by use of experts and support*. The University of Twente.
- Santrock, J. W. (2019). Life-span development, 7th ed. In *Life-span development, 7th ed.* New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., & Iriyanti, H. (2018). Komunikasi dan media sosial (Issue December).
- Sawyer, S. F. (2009). Analysis of variance: The fundamental concepts. *Journal of Manual & Manipulative Therapy*, 17(2), 27E-38E. <https://doi.org/10.1179/jmt.2009.17.2.27E>
- Susilo, M. E., Afifi, S., & Yustitia, S. (2020). Hoax as a reflection on the low digital literacy in Indonesia. *Proceedings of the Second International Conference on Social, Economy, Education, and Humanity (ICoSEEH 2019) - Sustainable Development in Developing Country for Facing Industrial Revolution 4.0*, 165-174.
- Ursachi, G., Horodnic, I. A., & Zait, A. (2015). How reliable are measurement scales? External factors with indirect influence on reliability estimators. *Procedia Economics and Finance*, 20, 679–686. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00123-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00123-9)
- Visentin, M., Pizzi, G., & Pichierri, M. (2019). Fake news, real problems for brands: The impact of content truthfulness and source credibility on consumers' behavioral intentions toward the advertised brands. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 99–112. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.09.001>

- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Warnick, B. (2004). Online Ethos. *American Behavioral Scientist*, 48(2), 256–265. <https://doi.org/10.1177/0002764204267273>
- Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2012). A social network as information: The effect of system generated reports of connectedness on credibility on Twitter. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 199–206. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.09.001>
- Wrzus, C., Hänel, M., Wagner, J., & Neyer, F. J. (2013). Social network changes and life events across the life span: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 139(1), 53–80. <https://doi.org/10.1037/a0028601>